

Jakub Nowak, *Reguły internetu: aksjologia sieciowych kultur popularnych*, (w:) *Współczesne media. Wartości mediów*, (red.) I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014, s. 111-126.

Jakub Nowak

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

## ***Reguły internetu [Rules of the Internet]: aksjologia sieciowych kultur popularnych?***

### **Wstęp**

Zaczynając od truizmu: dziś – w drugiej dekadzie XXI wieku – bardzo trudno o jakiegokolwiek przydatne, informatywne uogólnienia dotyczące internetu. Współczesna sieć (abstrahując od ważnego przecież problemu, gdzie ona się *kończy*, to znaczy, gdzie leży granica między mediami tradycyjnymi a nowymi) jest środowiskiem komunikacyjnym zupełnie wyjątkowym: dającym wszystkim dużą swobodę i jednocześnie środowiskiem bardzo skomercjalizowanym. Z jednej strony, jest wciąż różnorodna, eklektyczna na „peryferiach” (mierzonych np. sieciowym ruchem). Z drugiej – jest coraz bardziej homogeniczna (w tematach, formach, szeroko pojętych dyskursach) w „centrum”, czy raczej: w „centrach”. Innymi słowy, nie ma jednego internetu. Są raczej – czasem traktowane anegdotycznie – *internety*. Jeszcze inaczej można powiedzieć, że *internauta* nie istnieje. Ten termin obecnie, w momencie znacznego upowszechnienia dostępu ludzi do sieci i radykalnej dywergencji sposobów korzystania z niej (nich?), nie znaczy już niemal nic, nie konotuje nic poza prostym opisem określonej społecznej praktyki. Można powiedzieć, że stał się rodzajem Beckowskiej „kategorii zombie”: kategorią-żywym trupem, która wciąż organizuje ludzkie myślenie, mimo że przestała przystawać do rzeczywistości, do której się odnosi<sup>1</sup>.

Oczywiście nie znaczy to, że niemożliwe jest szukanie pewnych prawidłowości czy uogólnień dotyczących współczesnej sieci. Najłatwiej znaleźć je śledząc transformacje internetu (witryny, aplikacje, *hardware*) wyznaczane przez rynki: to wielki biznes dyktuje dziś tempo i kierunki rozwoju, ustalając reguły komunikacji online i – co interesuje mnie szczególnie – sposoby uczestnictwa w sieciowych kulturach popularnych<sup>2</sup>. Jednocześnie można jednak

---

<sup>1</sup> Więcej o koncepcie „kategorii zombie” – zob. U. Beck [interview], „Journal of consumer culture” 2001, vol. 1(2), s. 261-277.

<sup>2</sup> Żartobliwie rzecz ujmując: można zapytać wprost: czy możliwe jest dzisiaj funkcjonowanie w sieci poza Facebookiem? Osoba, która korzysta z tego serwisu (czyli np. większość użytkowników internetu w Polsce) odpowie: *Pewnie można, tylko co to za życie?*

poszukać protokołów<sup>3</sup> czy konwencji komunikacyjnych, które nie pochodzą od rynków i trafiły do sieciowego *mainstreamu* „z dołu” – stanowią część kultury popularnej, która w ogóle nie pochodzi od przemysłów kultury i jest związana z niszowymi środowiskami sieci (choć ten związek jest pośredni i często nieuświadomiony). Mowa o Regułach internetu [*Rules of the Internet*], zbiorowo skonstruowanym i otwartym (czyli w praktyce wciąż rekonstruowanym) zbiorze konwencji i zasad, który, jak argumentuję niżej, odzwierciedla dyskursywne cechy internetu jako środowiska kulturowego (więc i komunikacyjnego).

W artykule dokonuję krytycznego omówienia kilku najważniejszych Reguł internetu (dalej również: RI). Postaram się wykazać, że stanowią one spójną propozycję ideologiczną (koherentne: forma i treść, sposób powstania i dystrybucji) i że funkcjonują dzisiaj jako rodzaj nieformalnego aksjologicznego drogowskazu dla sieciowych kultur popularnych. Na zakończenie przywołuję konteksty polskie, wskazując, jak znaczenia konotowane przez analizowane protokoły i aksjomaty Reguł internetu znalazły odzwierciedlenie w językach protestu przeciw ACTA w Polsce w 2012 r.

### **Teoretyczny kontekst i cel artykułu**

Poniższy tekst to szkic, na który składa się przede wszystkim krytyczna analiza kluczowych (najważniejszych i najpopularniejszych) Reguł internetu. Skoro analizuję wartości i ideologie przez owe Reguły konotowane, najbardziej ogólny teoretyczny kontekst artykułu stanowią szeroko pojęte studia kulturowe, do których kluczowych pytań badawczych należy to, jak ludzie tworzą i dzielą się znaczeniami.

Studia kulturowe akcentują *zwyczajny* charakter praktyk kulturowych, jednocześnie postrzegając je jako najważniejszą sferę rozpowszechniania, jak i kwestionowania dominujących ideologii<sup>4</sup>. Z tej perspektywy kulturę popularną można rozumieć jako czynny proces generowania oraz obiegu znaczeń i przyjemności wewnątrz systemu społecznego<sup>5</sup>, powstający na styku dwóch sfer: motywowanej rynkowo aktywności przemysłów kultury i

---

<sup>3</sup> Używam pojęcia *protokołu* w znaczeniu użytym przez Lisę Gitelman, która zdefiniowała media jako „społecznie realizowane struktury komunikacji, gdzie struktury zawierają zarówno formy technologiczne, jak i powiązane z nimi protokoły [społeczne – JN], a komunikacja jest praktyką kulturową” – H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007, s. 258.

<sup>4</sup> S. Hall, *The Work of Representation* [w:] S. Hall (red.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London 1997; J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków 2010; J. Storey, *Studia kulturowe i badania kultury popularnej*, Kraków 2003; M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, Kraków 2008.

<sup>5</sup> J. Fiske, *Zrozumieć...*, s. 23.

oddolnej, codziennej aktywności ludzi. Jeśli jednym z podstawowych paradygmatów organizujących funkcjonowanie współczesnego internetu jest jego komercjalizacja i koncentracja sieciowych usług w rękach dosłownie kilku medialnych gigantów<sup>6</sup>, tym cenniejsza jest owa druga sfera symbolicznej aktywności ludzi, oparta na przynajmniej częściowo opozycyjnych odczytaniach ofert (tutaj: internetowych) przemysłów. Internet – wbrew obiegowym opiniom nigdy nie był środowiskiem anarchicznym i pozbawionym odgórnie narzucanych oddziaływań (politycznych, rynkowych); przeciwnie: na powstanie i ewolucję internetu ogromny wpływ wywarły działania podejmowane przez amerykańskie podmioty polityczno-wojskowe<sup>7</sup>; obecnie, jak już wspomniałem, to rynki dyktują tempa i kierunki przemian sieci. W przyjętej przeze mnie perspektywie sieciowe kultury popularne stanowią rodzaj zbiorowej aktywności ludzi, którzy tworzą *własne* sposoby działania (Michel de Certeau napisałby: „radzenia sobie”) w zdominowanym przez rynki internecie.

Reguły internetu są więc kwintesencją tak rozumianej kultury popularnej: stanowią projekt zbiorowy i oddolny, pozarynkowy. Bezpośrednim celem artykułu jest analiza RI w tej właśnie perspektywie, czyli jako tekstu kultury o określonej ideologii. Precyzyjnie rzecz biorąc, w tekście próbuję odpowiedzieć na pytanie: jaki relatywnie spójny system znaczeń konotowany jest przez zbiór dyrektyw i aksjomatów określanym mianem Reguł internetu? Wobec braku miejsca szczegółowo omawiam jedynie najpopularniejsze RI. Jednocześnie ujmuję je również całościowo – również w ten sposób funkcjonują w kulturach popularnych online.

## Portal 4chan

Reguły internetu to zbiór popularnych dyrektyw i aksjomatów odnoszących się do internetu, a w szczególności do portalu 4chan.org, na którym zostały pierwotnie opublikowane. By móc analizować RI, konieczne jest chociaż pobieżne omówienie samego portalu – sposób jego funkcjonowania, reguły moderacji i poruszane na nim tematy znalazły odzwierciedlenie w RI. 4chan działa od 2003 r. To portal typu *imageboard* – rodzaj forum, na którym anonimowi użytkownicy publikują materiały graficzne i dyskutują na wszelkie możliwe tematy. 4chan jest witryną popularną<sup>8</sup> i jednocześnie bardzo kontrowersyjną, znaną z tego, że zakazane jest publikowane w jego ramach jedynie dziecięcej pornografii, pozostałe rodzaje treści

---

<sup>6</sup> Zob. J. Zittrain. *The Future of the Internet – And How to Stop it*, London 2009.

<sup>7</sup> M. Castells, *Galaktyka internetu*, Poznań 2003, s. 19-46.

<sup>8</sup> C. Landers, *Serious Business*, „Baltimore City Paper” 4.02.2008, <http://www2.citypaper.com/columns/story.asp?id=15543> (13.06.2013).

(pornografia innego rodzaju, treści rasistowskie, obraźliwe wobec wyznawców poszczególnych religii itp.) są w portalu publikowane i nieusuwane przez moderację. Jednocześnie 4chan ma duży wpływ na kształt współczesnej sieci, na sieciowe kultury popularne w szczególności, ponieważ, po pierwsze, jest miejscem, gdzie powstało wiele tak zwanych internetowych memów (jak np. lolkoty, Rickrolling czy Pedobear)<sup>9</sup>. Po drugie, z portalem związany jest internetowy ruch Anonymous, rodzaj hakywistycznego kolektywu o bardzo luźnej strukturze, odpowiedzialny między innymi za wystąpienia przeciwko Kościołowi Scjentologicznemu czy protesty przeciwko amerykańskiej ustawie *Stop Online Piracy Act* (SOPA) i międzynarodowej umowie ACTA.

Najważniejszą częścią 4chan.org jest dział /b/. To najpopularniejszy z działów portalu (generuje 30% całości ruchu w jego ramach), znany jako tematycznie „dowolny” (*random*). Właśnie na /b/ publikowane są najostrzejsze, najbardziej obrazoburcze i wulgarne żarty, treści subwersywne wobec wszystkich możliwych norm i mnóstwo tzw. *inside jokes* – żartów niszowych, środowiskowych, zrozumiałych jedynie dla wtajemniczonych w określone popkulturowe teksty czy konwencje. Istotę działu /b/ dość trafnie oddał Chris Landers, dziennikarz „Baltimore City Paper”, pisząc, że „jeśli internet jest jak liceum, to /b/ jest jak ten dzieciak z kolekcją składanych noży i szafką pełną pornografii”<sup>10</sup>. To właśnie /b/ nadaje ton całemu portalowi – w jego ramach powstają żarty i memy, które później rozpowszechniają się w sieci. Poza tym, to właśnie w ramach /b/ zaczęli się organizować ludzie, którzy podejmowali działalność pod szyldem Anonymous.

4chan jest środowiskiem skrajnie anarchicznym, szczególnie z punktu widzenia norm czy reguł obowiązujących w komercyjnych przestrzeniach sieci. Podstawą jest niemal pełna wolność w publikowaniu treści (poza wspomnianym wyżej wyjątkiem dziecięcej pornografii) i pełna anonimowość użytkowników, podniesiona do naczelnej zasady społeczności skupionej wokół portalu. Użytkownicy publikują z reguły pod nickiem „Anonymous” (anonimowy), utrzymując, że kategoria ta odnosi się nie do pojedynczych osób, ale do całej zbiorowości. Jak wynika z wyjaśnienia umieszczonego na 4chan.org, Anonimowy [*Anonymous*] to:

*(...) imię nadane każdemu użytkownikowi, które nie wypełni pola [Imię]. Anonymous nie jest pojedynczą osobą, reprezentuje raczej całą zbiorowość 4chan. Jest bogiem wśród ludzi. Anonymous wymyślił księżyc, zastrzelił prezydenta Davida Palmera i jest twardszy niż diament: najtwardszy ze znanych człowiekowi metali. Podobno jego poziom mocy wynosi ponad 9000.*

<sup>9</sup> Więcej na temat internetowych memów – zob. J. Nowak, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, (red.) I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013, s. 227-238; K. Piskorz, *Internetowe memy – hieroglify XXI wieku* [w:] *Współczesne...*, s. 227-238.

<sup>10</sup> C. Landers, *Serious...*

*Obecnie mieszka z wujostwem w miasteczku Bel-Air (ale urodził się i wychował w Zachodniej Filadelfii). Nie przebacza<sup>11</sup>.*

Warto zwrócić uwagę na popkulturowe odniesienia zawarte w tym fragmencie, wszystkie do telewizyjnych seriali: prezydent Palmer i jego zabójca to postaci z serialu „24 godziny” [24]; bohater mieszkający z wujostwem w Bel-Air to postać z *sitcomu* „Bajer w Bel-Air” [*The Fresh Prince of Bel-Air*]; poziom mocy ponad 9000 to odwołanie do animowanego serialu „Dragon Ball”<sup>12</sup>. Ten rodzaj intertekstualności jest jedną z kluczowych cech portalu postrzeganego jako środowisko popkulturowe – wracam do niej poniżej, omawiając dwie pierwsze RI.

Kończąc syntetyczne omówienie 4chan.org: pełna swoboda użytkowników portalu wyrażona jest w zasadzie *no rules* (żadnych zasad). Jednocześnie jednak polityka *żadnych zasad* odnosi się również do administracji portalu: każdy użytkownik może być zbanowany (zablokowany) w dowolnym momencie, z dowolnego powodu, wliczając to brak powodów (co stanowi oczywiste, ostentacyjne zaprzeczenie zasad określających dynamikę interakcji w ramach większości sieciowych społeczności<sup>13</sup>).

## **Reguły internetu**

Reguły internetu zostały pierwotnie opublikowane w 2006 r. – oczywiście anonimowo – jako rodzaj etykiety dla użytkowników 4chan.org na kanałach dyskusyjnych związanych z Anonymous. Stąd zostały szybko skopiowane do portalu Encyclopedia Dramatica, a następnie rozprzestrzeniły się w sieci, podlegając licznym zmianom (mutacjom). Powstała nawet strona *wiki* Reguł, umożliwiająca każdemu dopisanie kolejnych (obecnie, w połowie 2013 r., jest ich kilkaset). Bodaj najpopularniejszy ich zbiór to 47 RI, dostępnych na Encyclopedia Dramatica<sup>14</sup>, ten sam zbiór został zarchiwizowany przez projekt Internet Archive<sup>15</sup>.

Owe 47 Reguł składa się na tekst kultury będący przedmiotem tego artykułu<sup>16</sup>. Kilka z nich (1, 2, 8, 9, 10) można postrzegać jako rodzaj netykiety<sup>17</sup>, określającej zasady funkcjonowania

<sup>11</sup> <http://www.4chan.org/faq#anonymous> (13.06.2013).

<sup>12</sup> Ostatnie odwołanie (*it's over 9000*) funkcjonuje zresztą jako odrębny internetowy mem.

<sup>13</sup> Zob. J. van Dijk, *Spoleczne aspekty nowych mediów*, Warszawa 2010, s. 321-322; P. Wallace, *Psychologia internetu*, Poznań 2001, s. 89-91.

<sup>14</sup> [http://rulesoftheinternet.com/index.php?title=Main\\_Page](http://rulesoftheinternet.com/index.php?title=Main_Page) (13.06.2013).

<sup>15</sup> <http://archive.org/details/RulesOfTheInternet> (13.06.2013).

<sup>16</sup> Pełna lista i tłumaczenie znajdują się w Załączniku 1 pod tekstem.

<sup>17</sup> Netykietyę można zdefiniować jako zbiór właściwych i niewłaściwych zachowań przyjęty przez określoną siecią społeczną – zob. M. Pręgowski, *Rediscovering the netiquette: the role of propagated values and*

portalu 4chan i jego użytkowników. Zdecydowaną większość RI (11-36; 38-40; 42-43) można jednak odczytać szerzej, nie tylko jako zasady obowiązujące użytkowników 4chan.org, ale i użytkowników sieci. W przeciwieństwie do większości netykiet przyjętych przez różne społeczności online, RI akcentują niemerytoryczną, chaotyczną, czasem wręcz anarchiczną naturę sieciowych konwersacji, co, po pierwsze, ma podkreślać cyniczny i subwersywny charakter omawianego portalu, a po drugie, stanowi dobre odzwierciedlenie kilku istotnych cech sieciowych kultur popularnych (omówionych niżej).

Pozostałe Reguły stanowią ich uzupełnienie, zawierając odniesienia do konkretnych popkulturowych zjawisk online: kilka (3-7) w sposób dość mglisty opisuje kolektyw Anonymous, reszta (37, 41, 44-47) to środowiskowe żarty, wymagające znajomości konkretnych tekstów kulturowych czy wydarzeń popularnych wśród użytkowników 4chan.org, np. 41 i 44 są krytyką sieciowej mody na japońską popkulturę, 45 odnosi się do popularnego internetowego memu, 46 jest doprecyzowaniem Reguły 34 (w którym bohaterami treści pornograficznych są tzw. *futraki*<sup>18</sup> [*furries*] – antropomorficzne zwierzęta [w tym ludzie za nie przebrani]), a 47 to nawiązanie do tzw. *Habbo raids*, cyklicznej internetowej akcji organizowanej przez Anonymous<sup>19</sup>.

Poniżej szczegółowo omawiam Reguły 1 i 2, a także 34 i 35. Pierwsze dwie stanowią podstawę i punkt wyjścia dla pozostałych, będąc jednocześnie – poprzez zawarte w nich odniesienie – znakomitym przykładem popkulturowej intertekstualności omawianych tu tekstów. Z kolei Reguła 34 jest najpopularniejszą ze wszystkich RI (popularność mierzona liczbą wyszukiwań)<sup>20</sup>, a Reguła 35 stanowi jej uzupełnienie. Jednocześnie obie (34, 35) reguły, jak argumentuję poniżej, konotują znaczenia kluczowe dla współczesnych sieciowych kultur popularnych. Zdecydowałem się taki (arbitralny, siłą rzeczy) wybór, bo traktuję analizowane Reguły jako teksty kultury odzwierciedlające określone postawy i ideologie, znacząco opozycyjne wobec szeroko pojętym zasadom funkcjonowania skomercjalizowanej sieci. Reguły te zresztą nie funkcjonują w internecie jedynie w roli dyrektyw: choć część z nich „działa” w roli normatywnej (i jednocześnie więzio-, środowiskotwórczej), to można czytać je (i są tak czytane) jako aksjomaty dotyczące społecznych praktyk związanych nie tylko z portalem 4chan, ale i internetem w ogóle.

---

*personal patterns in defining self-identity of the Internet user*, “Observatorio Journal” 2009, s. 353-367; J. van Dijk, *Spoleczne...*, s. 321-322.

<sup>18</sup> O subkulturze furry – zob. C. Hilton, *Furry Fandom - An Insider's View from the Outside*, “South Fur Lands” 1995-1996, nr 2-3.

<sup>19</sup> Zob. R. Singel, *Palin Hacker Group's All-Time Greatest Hits*, “Wired” 19.09.2008, <http://www.wired.com/threatlevel/2008/09/palin-hacker-gr/> (13.06.2013).

<sup>20</sup> Zob. <http://knowyourmeme.com/memes/rule-34> (13.06.2013).

Moja perspektywa – krytyczna analiza RI – jest bliższa drugiej roli: czytam je jako teksty kultury konotujące relatywnie spójny system znaczeń, który odwołuje czytelnika do znaczeń, wartości, przyjemności i społecznych praktyk związanych z internetowymi kulturami popularnymi.

## Reguły 1 i 2

1. *Do not talk about /b/ / Nie mówi się o /b/*

2. *Do NOT talk about /b/ NIE mówi się o /b/*

Dosłownie – więc i rozumiane wąsko – znaczy to: użytkownicy 4chan nie dyskutują o swojej aktywności na portalu poza nim. Chodzi przede wszystkim o utrzymywanie w tajemnicy aktywności w ramach Anonymous, na przykład podczas przygotowań do kolejnych aktywistycznych (często hakywistycznych) działań organizowanych przez użytkowników portalu. To, jak wspomniane było wyżej, czasem bardzo poważna aktywność, prowadzona pod szyldem Anonymous<sup>21</sup>.

Więcej znaczeń pojawia się po rozszyfrowaniu popkulturowego odniesienia. Dwie pierwsze reguły, czytane razem, stanowią parafrazę dwóch pierwszych reguł tzw. „klubu walki” z powieści i filmu *Fight Club* (1996, C. Palahniuk; 1999, reż. D. Fincher). Bohater powieści i filmu Tyler Durden (w filmie grany przez Brada Pitta), omawiając reguły klubu, mówi: 1. *You don't talk about fight club.* 2. *You don't talk about fight club.* [Po pierwsze, nie mówi się o klubie walki. Po drugie, nie mówi się o klubie walki].

To odwołanie raczej filmowe niż literackie (z punktu widzenia popularności powieści i filmu), odnoszące czytelnika do dzieła (czy dzieł), które można postrzegać jako *kultowe*, czyli które stanowią teksty kultury mające relatywnie małą (przynajmniej w danym okresie) społeczność wiernych fanów i z reguły funkcjonują na obrzeżach kulturowego mainstreamu (bądź zupełnie poza nim)<sup>22</sup>. Przywołaną kwestię wypowiada (kultowy) bohater kultowego filmu, co symbolicznie sytuuje społeczność skupioną wokół 4chan.org jako środowisko o podobnym statusie, co powieściowy/filmowy klub walki. Uczestnicy klubu są wyjątkowi, anarchiczni, kontestują konsumeryzm, ustalone prawa i hierarchie, a sam klub jest *free* (darmowy, ale i wolny!). Przez analogię: 4chan ma być środowiskiem kontestacji,

<sup>21</sup> J. Jacobsen, *We are legion. Anonymous and the war on Scientology*, <http://www.lisamcpherson.org/pc.htm> (13.06.2013).

<sup>22</sup> Zob. M. Jancovich, *Defining Cult Movies: The Cultural Politics of Oppositional Tastes*, Manchester 2003; A. Jerslev, *Semiotics by instinct: "Cult film" as a signifying practice between film and audience* [w:] *The Cult Film Reader*, (ed.) E. Mathijs, X. Mendik, Maidenhead 2003, s. 88-99.



działającym swobodnie poza głównym nurtem sieci. Podczas gdy przysłowiowy upiór „komercji” jest gdzie indziej, na 4chan.org jest świadomość, sprzeciw, kontestacja i dużo anarchicznej zabawy.

To anarchiczna zabawa podobna do tej wyrażonej w sieciowym powiedzeniu (czy – dla niektórych – postawie) *4 (for) the (teh) lulz* [w wolnym tłumaczeniu: *dla jaj*], oznaczającym czyjąś prywatną motywację podjęcia jakiegoś działania, której kluczowym składnikiem jest właśnie chęć zabawy, najlepiej czyimś kosztem. *4 the lulz* to jedna z głównych zasad regulujących aktywność użytkowników portalu 4chan, która stała się na tyle popularna, że zaczęła funkcjonować jako część sieciowej popkultury w ogóle. *4 the lulz* to zwrot przywoływany w sieciowych rozmowach, wpisach na forach czy blogach jako wyjaśnienie powodów publikacji treści obraźliwych, fałszywych czy obrzydliwych (bądź w jakikolwiek inny sposób godzących w kulturowy dobry smak ludzi wobec których treści te są skierowane). Istotę rzeczy oddał anonimowy twórca opisu *4 the lulz* na portalu-agregatorze internetowych memów knowyourmeme.com:

*Jako że zwrotu używa się, by w sposób humorystyczny zestawić ze sobą jakiś obraz i tekst, im bardziej poważna treść postu, tym większa ironia „robienia tego dla jaj”, więc jednocześnie tym większe same jaja [the greater the lulz]. Dlatego makra „dla jaj” zawierają z reguły obrazy odnoszące odbiorcę do tematów takich jak holokaust, samobójstwo, morderstwo, terroryzm czy gwałt<sup>23</sup>.*

Innymi słowy, zabawa staje się celem samym w sobie. Nawet jeśli jest kosztem innych, czy wręcz szczególnie, jeśli jest kosztem innych. Świętości i tematy tabu nie istnieją, czy raczej: istnieją, ale jako składowe bluźnierczych, anarchicznych żartów. John Fiske – niepiszący oczywiście o internecie – nazywa ten rodzaj zabawy dostarczaniem „przyjemności z nieprzyzwoitości” [*naughty pleasure*], wyjaśniając, że:

*Krzykliwość, nadmiar i brak smaku dostarczają (...) przyjemności, o których wiem, że są „nieprzyzwoite”, ponieważ obrażają estetyczne i kulturowe gusta innych przedstawicieli klasy do której, obiektywnie rzecz ujmując, „należę”, a jednak przyjemności te są częściowo tak przyjemne właśnie ze względu na to, że atakują znane mi standardy klasowe i ich ideologię<sup>24</sup>.*

<sup>23</sup> <http://knowyourmeme.com/memes/i-did-it-for-the-lulz> (13.06.2013).

<sup>24</sup> J. Fiske, *Zrozumieć...*, s. 62.

Ów subwersywny (wobec tradycji i norm medialnego mainstreamu) charakter jest jedną z cech wielu kultur popularnych online. *4 the lulz* to powiedzenie (i rodzaj sieciowej społecznej praktyki), które stanowi jej uosobienie, jednocześnie sprzyjając jej trwaniu.

Wracając do Reguł 1 i 2: znaczący jest również sam fakt istnienia popkulturowego odniesienia. To odwołanie do powieści Palahniuka i filmu Finchera, po pierwsze, jest ucieleśnieniem jednej z podstawowych charakterystyk współczesnej sieci, czyli wysokiej popkulturowej intertekstualności – w sieciowych społecznościach ludzie chętnie *używają* innych, mniej lub bardziej popularnych tekstów medialnych podczas prowadzonych konwersacji. Po drugie, tego typu odniesienia mają również skutki wspólnototwórcze: potraktowane jako środowiskowy żart [*in-joke*], staje się zakamuflowaną aluzją do treści znanych tylko *swoim* i świadomość tego podziału na tych, którzy rozumieją i tych, którzy nie, staje się częścią żartu<sup>25</sup>.

### **Reguły 34 i 35**

*Rule 34. There is porn of it, no exception / Jest o tym pornografia, bez wyjątku*

*Rule 35. If no porn is found at the moment, it will be made / Jeśli teraz nie ma, to będzie*

Reguły mówią, że pornografia stanowi wszechobecny aspekt sieciowych kultur popularnych. Często przywołaniu Reguły 34 podczas sieciowych konwersacji towarzyszy grafika będąca *fanartem*, czyli fanowską oddolną twórczością, w nowy, twórczy sposób reinterpretującą postaci czy wątki z określonych filmów, książek, komiksów, gier itp. W przypadku omawianej reguły kierunek interpretacji jest dość oczywisty.

Dlaczego ta reguła jest tak ważna i omawiam ją tu szczegółowo? Ponieważ – potraktowana z punktu widzenia krytycznej teorii kultury – stanowi wręcz kwintesencję kultury popularnej, tak jak rozumieli ją Stuart Hall czy John Fiske, czyli jako udział w tworzeniu i wymianie znaczeń i przyjemności w oparciu o przynajmniej częściowo opozycyjne odczytania produktów przemysłu kultury. Chodzi tu bowiem o taki rodzaj treści pornograficznych, które stanowią odniesienie do *innego* kulturowego tekstu, funkcjonując jako jego reinterpretacja, niezamierzona przez jego (pierwotnego tekstu) twórców i – z reguły – również niepożądana.

---

<sup>25</sup> P. Duff, *Who Rides the Beast?: Prophetic Rivalry and the Rhetoric of Crisis in the Churches of the Apocalypse*, Oxford 2001, s. 81.

Można Regułę 34 czytać na przynajmniej dwa sposoby, raczej komplementarne niż sprzeczne ze sobą. W pierwszym sposobie pornografia postrzegana jest jako treść subwersywna wobec głównego nurtu mediów (i kultury), łamiąca normy kulturowe, korporacyjne, prawne charakterystyczne dla danych środowisk medialnych. Doświadczenie pornografii może być wspomnianą już wyżej „przyjemnością z nieprzyzwoitości”, doświadczeniem czegoś, co przekracza normy zinternalizowane przez klasę, do której dana osoba należy.

Odnosząc tę optykę do Reguły 34: internet jest – między innymi – rodzajem krzywego zwierciadła, które ludzie mogą przyłożyć do tzw. porządných treści, odgórnie legitymizowanych kultur. Tworzona oddolnie, przez ludzi, sieciowa pornografia zapewnia element chaosu, nieporządku, subwersji. Co ciekawe, ona nie musi istnieć (być wyprodukowana, opublikowana w sieci czy gdziekolwiek indziej), to znaczy nie musi *jeszcze* istnieć. Kluczowa jest jej potencjalność, zapewniona przez wszechobecność (dostępność, taniość, łatwość i wygodę użycia) cyfrowych narzędzi do tworzenia, przerabiania, publikowania i rozpowszechniania nowych treści. Z tego punktu widzenia pornografia (rzeczywista/potencjalna) może być i jest postrzegana jako jeden z symboli internetu. Tego internetu, który jest wciąż w rękach ludzi, niepoddanego ograniczeniom motywowanych rynkowo korporacji. Oczywiście jest to odczytanie idealistyczne. Również dlatego, że z punktu widzenia politycznej ekonomii mediów niezależny i subwersywny – na poziomie rynkowym – charakter większości „prawdziwej” sieciowej pornografii jest iluzją. Biznes pornograficzny dobrze bowiem odnalazł się w rzeczywistości cyfrowych rynków<sup>26</sup>.

Powyższe odczytanie Reguł 34 i 35 staje się jednak spójne i przekonujące, gdy przeczytamy je, paradoksalnie, jako mówiące przede wszystkim o czymś innym.

Co to znaczy, że *jest o tym pornografia, bez wyjątku*? Wykluczaliśmy już, że chodzi o działalność przemysłu pornograficznego. Wracając do kontekstu użycia Reguły 34: jej ilustracją jest często graficzna twórczość fanowska, zresztą rzadko otwarcie pornograficzna. Popkulturowe ikony, które zostają umieszczone przez twórcę w nowym, nieprzyzwoitym kontekście, to postaci często pierwotnie zupełnie niewinne. Nagle postaci te, odgrywające seksualne role, stają się groteskowe, a sytuacje zaskakujące, mniej i bardziej zabawne, czasem błyskotliwe. To kolejny rodzaj intertekstualnej zabawy, gdzie mieszane są nie tylko odniesienia treściowe, ale i kody gatunkowe<sup>27</sup>: pornografia nie jest głównym jej celem, co najwyżej jest środkiem do celu, jako zbiór gatunkowych reguł, wprowadzających nowy

---

<sup>26</sup> G. Wondracek i współpracownicy, *Is the Internet for Porn? An Insight Into the Online Adult Industry*, 2010, <http://iseclab.org/papers/weis2010.pdf> (15.06.2013).

<sup>27</sup> W rozumieniu gatunku jako zbioru cech treściowych i formalnych danego rodzaju tekstów, dzielonych przez jego twórców i odbiorców.

dyskurs. Celem jest parodia, satyra, pastisz, obscena, prowokacja. I za każdym razem popis kreatywności – wizualizacja odczytania pierwotnego tekstu w sposób opozycyjny do tego zaoferowanego odbiorcy przez twórcę pierwotnego, czyli najczęściej przez przemysł kultury. Innymi słowy, Reguły 34 i 35 mówią, że każdy produkt przemysłów kultury może być odczytany w sposób odmienny, nowy, inny niż ten sugerowany (czasem wręcz narzucany – gdy właściciel majątkowych praw autorskich walczy z określonego rodzaju reinterpretacjami dzieła<sup>28</sup>). Więcej: każde odczytanie tego typu może być zwizualizowane i rozpowszechniane online. Jednocześnie owo odczytanie może być kontrowersyjne i anarchiczne – użycie w treści Reguły 34 akurat pornografii sugeruje wręcz, że takie być powinno.

### **Zakończenie: Reguły internetu a protesty przeciwko ACTA**

W sposób opisany powyżej – zgodnie z tak zidentyfikowaną propozycją aksjologiczną – można odczytać też protesty przeciwko ratyfikacji ACTA, które odbyły się w Polsce na początku 2012 r. Internetowe dyskusje, sieciowe memy, ale i transparenty protestujących zdominował język odwołujący się do analizowanej w tekście propozycji normatywnej i powiązanej z nią estetyki. Nie twierdzę oczywiście, że uczestnicy protestów byli świadomi wszystkich wyliczonych powyżej konotacji Reguł..., ani że je w ogóle znali. Większość prawdopodobnie nie. Jednak istniała zbieżność – w formach, językach protestu, w chętnie przywoływanych odwołaniach określonego rodzaju: językiem protestu była współczesna sieciowa kultura popularna. Innymi słowy, ludzie, niosący nad głowami transparenty z hasłami takimi jak *RedTube nie oddamy!*<sup>29</sup> czy *Komorowski matole skąd będziesz ściągać pornole?*, „mówili” językiem 4chan.org, część z nich pewnie nawet o tym nie wiedząc.

Portal 4chan jest ważny, bo kulturotwórczy, kreuje popularne sieciowe trendy, z jednej strony podchwytywane przez przemysły kultury (które próbują zarabiać na popularności memów internetowych, na przykład wykorzystując je w reklamach), z drugiej, może wpływać na niektóre stanowiska w debacie publicznej dotyczącej ważnych kwestii odnoszących się np. do współczesnych mediów (problemy SOPA czy ACTA) czy innych (debata nad legalnością działań Kościoła Scjentologicznego). Łatwo 4chan lekceważyć z powodu jego skrajnie anarchicznego, wulgarnego i obscenicznego charakteru. Jednocześnie jednak już same protesty przeciwko ACTA pokazały, że stojący za portalem, Regułami internetu, ruchem

<sup>28</sup> Zob. H. Jenkins, *Kultura...*, s. 130-165.

<sup>29</sup> RedTube to popularna darmowa witryna z filmami porno.

(kulturowym konstruktem?) Anonymous dość spójny aksjologiczny system, zawarty jednocześnie gdzieś głęboko w sposobach uczestnictwa w sieciowych kulturach popularnych, został powielony – przynajmniej do jakiegoś stopnia i przynajmniej przez część protestujących – w internetowej i ulicznej aktywności na początku 2012 r. w Polsce i kilku innych europejskich państwach<sup>30</sup>.

Można zatem postrzegać Reguły internetu jako rodzaj projektu – specyficznego, bo otwartego, zbiorowego, ale jednocześnie w pewnym sensie bezcelowego, bo niekonstruktywnego, będącego afirmacją zabawy, chaosu, braku hierarchii i autorytetów. Albo, z innego punktu widzenia, jako tekst kultury, konotujący niektóre z dyskursywnych cech internetu. Czy, precyzyjniej rzecz biorąc, konotujący dyskursywne cechy *jednego z internetów*. Tego oddolnego, swobodnie i bezceremonialnie korzystającego (w dosłownym znaczeniu słowa) ze zmediatyzowanych cyfrowo zasobów kulturowych. Internetu chamskiego, obraźliwego i hedonistycznego. Na pewno ważnego, bo wciąż *popularnego*. Być może również w pewien sposób wartościowego, bo będącego w opozycji do postępującej rynkowej ekspansji na współczesną sieć.

### **Załącznik 1: Reguły internetu**

(wersja dostępna na Internet Archive<sup>31</sup>)

1. Do not talk about /b/ / *Nie mówi się o /b/*
2. Do NOT talk about /b/ / *NIE mówi się o /b/*
3. We are Anonymous / *Jesteśmy Anonymous*
4. Anonymous is legion / *Anonymous jest legionem*
5. Anonymous never forgives/ *Anonymous nie przebacza*
6. Anonymous can be a horrible, senseless, uncaring monster / *Anonymous może stać się okropnym, niedorzecznym, nieczułym potworem*
7. Anonymous is still able to deliver / *Anonymous wciąż może wybawiać*
8. There are no real rules about posting / *Nie ma zasad dotyczących publikacji*
9. There are no real rules about moderation either - enjoy your ban / *Nie ma zasad dotyczących moderacji – smacznego bana*

<sup>30</sup> E. Bendyk, *Bunt sieci*, Warszawa 2013. *Zupełnie* inną kwestią jest, czy protest wyrażony w ten sposób (tymi językami) powinien zostać potraktowany przez rządzących poważnie. W Polsce nie został tak potraktowany przez rząd Donalda Tuska – według mnie niesłusznie (i wydaje się, że bez znaczenia powinno być tu, na ile protestujący mieli „rację”).

<sup>31</sup> <http://archive.org/details/RulesOfTheInternet> (13.06.2013).

10. If you enjoy any rival sites - DON'T / *Jeśli lubisz strony konkurencji - PRZESTAŃ*
11. All your carefully picked arguments can easily be ignored / *Wszystkie starannie dobrane przez ciebie argumenty łatwo mogą zostać zignorowane*
12. Anything you say can and will be used against you / *Wszystko co powiesz może i będzie wykorzystane przeciwko tobie*
13. Anything you say can be turned into something else – fixed / *Wszystko co powiesz będzie obrócone w coś innego*
14. Do not argue with trolls - it means that they win / *Nie kłóć się z trollami – wtedy wygrywają*
15. The harder you try the harder you will fail / *Im bardziej się starasz, tym bardziej przegrywasz*
16. If you fail in epic proportions, it may just become a winning failure / *Jeśli przegrasz na epicką skalę, twoja przegrana może okazać się zwycięska*
17. Every win fails eventually / *Każde zwycięstwo jest ostatecznie porażką*
18. Everything that can be labeled can be hated / *Wszystko, co da się opisać, może być nienawidzone*
19. The more you hate it the stronger it gets / *Im bardziej tego nienawidzisz, tym staje się to silniejsze*
20. Nothing is to be taken seriously / *Nic nie powinno być brane na serio*
21. Original content is original only for a few seconds before getting old / *Treści oryginalne są takie tylko przez kilka sekund, potem się starzeją*
22. Copypasta is made to ruin every last bit of originality / *Kopiuj-wklej jest po to, by niszczyć oryginalność*
23. Copypasta is made to ruin every last bit of originality / *Kopiuj-wklej jest po to, by niszczyć oryginalność*
24. Every repost is always a repost of a repost / *Każda republika [treści] jest republiką republikacji*
25. Relation to the original topic decreases with every single post / *Każdy kolejny post ma słabszy związek z głównym tematem*
26. Any topic can be easily turned into something totally unrelated / *Każdy temat [dyskusji] łatwo może zostać zmieniony w inny, zupełnie niepowiązany*
27. Always question a person's sexual preferences without any real reason / *Zawsze kwestionuj seksualne preferencje innych bez żadnego sensownego powodu*

28. Always question a person's gender - just in case it's really a man / *Zawsze kwestionuj płeć innych – na wypadek, że to naprawdę mężczyzna*
29. In the internet all girls are men and all kids are undercover FBI agents / *W internecie wszystkie dziewczyny to tak naprawdę mężczyźni, a dzieci to agenci FBI*
30. There are no girls on the internet / *W internecie nie ma dziewczyn*
31. TITS or GTFO - the choice is yours / *[pokaż] CYCKI albo WON – wybór należy do ciebie*
32. You must have pictures to prove your statements / *Bez obrazków/zdjęć nie udowodnisz swoich racji*
33. Lurk more - it's never enough / *Szukaj dalej – nigdy nie jest dość*
34. There is porn of it, no exceptions / *Jest o tym pornografia, bez wyjątku*
35. If no porn is found at the moment, it will be made / *Jeśli teraz nie ma, to będzie*
36. There will always be even more fucked up shit than what you just saw / *Zawsze znajdziesz bardziej popieprzone gówno niż to, które właśnie zobaczyłeś*
37. You can not divide by zero (just because the calculator says so) / *Nie możesz dzielić przez zero (skoro kalkulator tak twierdzi)*
38. No real limits of any kind apply here - not even the sky / *Tu nie ma żadnych ograniczeń – nie jest nim nawet niebo*
39. CAPSLOCK IS CRUISE CONTROL FOR COOL / *CAPSLOCK TO TEMPOMAT FAJNOŚCI*
40. EVEN WITH CRUISE CONTROL YOU STILL HAVE TO STEER / *NAWET Z TEMPOMATEM MUSISZ KIEROWAĆ*
41. Desu isn't funny. Seriously guys. It's worse than Chuck Norris jokes. / *Desu nie jest fajne. Ludzie, naprawdę. Jest gorsze niż żarty z Chuckiem Norrisem*
42. Nothing is Sacred / *Nic nie jest Święte*
43. The more beautiful and pure a thing is - the more satisfying it is to corrupt it / *Im coś piękniejsze i bardziej niewinne, tym większa satysfakcja, gdy to deprawujesz*
44. Even one positive comment about Japanese things can make you a weeaboo / *Wystarczy pojedynczy komentarz o czymś japońskim, byś stał się weeaboo*
45. When one sees a lion, one must get into the car. / *Jak zobaczysz lwa, musisz wiać do samochodu*
46. There is always furry porn of it. / *Jest o tym furry-pornografia*
47. The pool is always closed. / *Basen jest zawsze zamknięty*

## **Bibliografia prac wykorzystanych w tekście**

- U. Beck [interview], „Journal of consumer culture” 2001, vol. 1(2), s. 261-277
- E. Bendyk, *Bunt sieci*, Warszawa 2013
- M. Castells, *Galaktyka internetu*, Poznań 2003
- M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, Kraków 2008
- J. van Dijk, *Spoleczne aspekty nowych mediów*, Warszawa 2010
- P. Duff, *Who Rides the Beast?: Prophetic Rivalry and the Rhetoric of Crisis in the Churches of the Apocalypse*, Oxford 2001
- J. Fiske, *Zrozumieć kulturę popularną*, Kraków 2010
- S. Hall, *The Work of Representation* [w:] S. Hall (red.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London 1997
- C. Hilton, *Furry Fandom - An Insider's View from the Outside*, “South Fur Lands” 1995-1996, nr 2-3
- J. Jacobsen, *We are legion. Anonymous and the war on Scientology*,  
<http://www.lisamcpherson.org/pc.htm>
- M. Jancovich, *Defining Cult Movies: The Cultural Politics of Oppositional Tastes*, Manchester 2003
- H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2007
- A. Jerslev, *Semiotics by instinct: “Cult film” as a signifying practice between film and audience* [w:] *The Cult Film Reader*, (ed.) E. Mathijs, X. Mendik, Maidenhead 2003, s. 88-99
- C. Landers, *Serious Business*, „Baltimore City Paper” 4.02.2008,  
<http://www2.citypaper.com/columns/story.asp?id=15543>
- J. Nowak, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, (red.) I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013, s. 227-238
- K. Piskorz, *Internetowe memy – hieroglify XXI wieku* [w:] *Współczesne media. Język mediów*, (red.) I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013, s. 227-238
- M. Pręgowski, *Rediscovering the netiquette: the role of propagated values and personal patterns in defining self-identity of the Internet user*, “Observatorio Journal” 2009, s. 353-367
- R. Singel, *Palin Hacker Group’s All-Time Greatest Hits*, “Wired” 19.09.2008,  
<http://www.wired.com/threatlevel/2008/09/palin-hacker-gr/>
- J. Storey, *Studia kulturowe i badania kultury popularnej*, Kraków 2003
- P. Wallace, *Psychologia internetu*, Poznań 2001



G. Wondracek i współpracownicy, *Is the Internet for Porn? An Insight Into the Online Adult Industry*, 2010, <http://iseclab.org/papers/weis2010.pdf>

J. Zittrain. *The Future of the Internet – And How to Stop it*, London 2009